

Vak: Businessanalyse en onderzoek

credits: 2

Vakcode	CEVB18BAO	Werkvormen	Werkcollege
Naam	Businessanalyse en onderzoek	Toetsen	Businessanalyse en onderzoek - Computer, organisatie tentamenbureau
Studiejaar	2020-2021		
ECTS credits	2		
Taal	Nederlands		
Coördinator	T.J. Fischer		

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- WAARDE CREËREN ; De CE'er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.

21st-century skills:

- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- een shopper onderzoek op te zetten en uit te voeren (tbv de IOP);
- een onderzoek te beoordelen op betrouwbaarheid en validiteit om aan te kunnen geven hoeveel waarde aan de resultaten kunnen worden gehecht;
- een conceptueel model te maken op basis van theorie en vooronderzoek ten behoeve van een eigen op te zetten onderzoek;
- deskresearch uit te voeren met behulp van databases uit de mediatheek ten behoeve van de IOP;
- grote hoeveelheden data te analyseren met behulp van de juiste statistische toetsen om de onderzoeksvragen te beantwoorden;
- aan te geven welke mogelijkheden Big Data biedt voor marktonderzoek;
- aan te geven wat ethisch verantwoord handelen is in de context van marktonderzoek;
- diverse methoden van kwalitatief onderzoek te onderscheiden en op basis van de voor- en nadelen ervan te kiezen voor de juiste methodes gegeven een gestelde onderzoeksvraag;
- kwalitatieve interviews uit te voeren in het kader van de IOP.

Inhoud

Niveau:

Inleidend

Inhoud:

In deze module maakt de student kennis met kwalitatieve en kwantitatieve methoden om de detaillist te adviseren zijn assortiment in de winkelschappen te optimaliseren. Kwalitatieve methoden die hierbij aan bod komen zijn o.a.: shopper marketing en category management. Kwantitatieve methoden die hierbij aan bod komen zijn o.a.: schapruimte, marges, assortimentsontwikkelingen. Onderzoek naar koopgedrag, shopper studies, categoriedefinities (meer kwalitatief onderzoek)

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE of Hanze.nl/JCA of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major DIM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management